

**MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE**

**ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT**

**ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE**

**DOSSIER PEDAGOGIQUE**

**UNITE D'ENSEIGNEMENT**

**COMMUNICATION ORIENTEE CLIENTELE**

**ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE TRANSITION**

<p><b>CODE : 71 55 20 U21 D1</b> <b>CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 701</b> <b>DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX</b></p>
---

**Approbation du Gouvernement de la Communauté française du  
sur avis conforme du Conseil général**

# COMMUNICATION ORIENTEE CLIENTELE

## ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE TRANSITION

### 1. FINALITES DE L'UNITE D'ENSEIGNEMENT

#### 1.1. Finalités générales

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991, cette unité d'enseignement doit :

- ◆ concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire;
- ◆ répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

#### 1.2. Finalités particulières

L'unité d'enseignement vise à permettre à l'étudiant de développer des compétences de base en communication pour assurer un service de qualité à la clientèle.

### 2. CAPACITES PREALABLES REQUISES

#### 2.1. Capacités

- ◆ comprendre un texte écrit (+/- 30 lignes) dans un langage usuel par exemple en réalisant une synthèse écrite et/ou en répondant à des questions sur le fond ;
- ◆ émettre, de manière cohérente et structurée, un commentaire personnel à propos d'un texte.

#### 2.2. Titre pouvant en tenir lieu

Certificat de l'enseignement secondaire du deuxième degré (C2D).

### 3. ACQUIS D'APPRENTISSAGE

**Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable :**

*à partir de situations de communication avec la clientèle issues de la vie professionnelle et validées ou fournies par le chargé de cours, dans le respect des règles et usages de la langue française tant écrite qu'orale,*

- ◆ d'analyser le contexte de la communication ;
- ◆ de produire des messages oraux appropriés en mettant en œuvre notamment les comportements suivants :
  - accueillir le client,
  - solliciter et favoriser la communication,
  - s'informer des besoins du client,
  - présenter un produit et/ou service en argumentant,
  - prendre congé ;
- ◆ d'adapter ses attitudes et son langage verbal et non verbal au contexte.

**Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte des critères suivants :**

- ◆ le degré de clarté de l'expression,
- ◆ le degré de précision du vocabulaire utilisé,
- ◆ le degré de précision et de cohérence de l'argumentation.

### 4. PROGRAMME

L'étudiant sera capable :

*à partir de situations de communication avec la clientèle issues de la vie professionnelle, dans le respect des règles et usages de la langue française tant écrite qu'orale,*

- ◆ d'analyser le contexte de la communication ;
- ◆ d'identifier la situation de communication et le type de message (oral et écrit) ;
- ◆ de produire des messages oraux appropriés en mettant en œuvre, par exemple, les comportements suivants :
  - ◆ pour la communication interpersonnelle :
    - ◆ prendre contact avec une personne (donner ses coordonnées, se présenter, laisser un message),
    - ◆ accueillir une personne,
    - ◆ s'informer des besoins du client, lui proposer un produit et/ou service,
    - ◆ prendre congé ;
  - ◆ pour la communication informative :
    - ◆ demander/donner des informations et estimer le niveau de précision attendu,
    - ◆ lire, rédiger une note informative et l'expliquer ;
  - ◆ pour la communication professionnelle :
    - ◆ identifier une demande de produit ou service,
    - ◆ proposer un produit et/ou un service et l'expliquer en argumentant,

- ♦ utiliser le vocabulaire professionnel de manière à favoriser la compréhension de la clientèle :
  - choisir des mots directement accessibles à l'interlocuteur,
  - être clair et précis,
  - recourir à des exemples concrets ou des images pour expliciter un service,
  - ... ;
- ♦ pour la communication et la déontologie :
  - ♦ adapter ses comportements (formulation des phrases, ton, questionnement) pour assurer l'autre de son respect et de sa discrétion,
  - ♦ faire preuve d'empathie,
  - ♦ utiliser les formules de politesse de manière appropriée ;
- ♦ de prendre en charge correctement une communication téléphonique :
  - ♦ se présenter, questionner et répondre d'une manière précise et adaptée,
  - ♦ prendre des notes lors de la communication et en reporter les informations essentielles (oralement ou par écrit) au responsable ;
- ♦ de produire des messages écrits adaptés en recourant éventuellement à des ouvrages de référence.

## 5. CHARGE DE COURS

Un enseignant ou un expert.

L'expert justifiera d'une expérience actualisée dans l'exercice d'une profession de production de service en fonction de l'option choisie.

## 6. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Aucune recommandation particulière.

## 7. HORAIRE MINIMUM DE L'UNITE D'ENSEIGNEMENT

7.1. Dénomination du cours	Classement du cours	Code U	Nombre de périodes
Communication orientée clientèle	CT	F	32
<b>7.2. Part d'autonomie</b>		P	8
Total des périodes			<b>40</b>